

**ANALISIS PENGARUH TARIF,KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PO.ROSALIA INDAH DI SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

NANANG KHAIRUL IBRAHIM

B100130012

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH TARIF,KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi pada PO.Rosalia Indah Di Surakarta)

NASKAH PUBLIKASI

Oleh :

NANANG KHAIRUL IBRAHIM

B100130012

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in dark ink, consisting of a long horizontal stroke followed by a series of vertical and diagonal strokes, ending in a large, stylized 'N'.

Drs.M.Nasir, MM

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH TARIF, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PO. ROSALIA INDAH DI SURAKARTA**

OLEH

NANANG KHAIRUL IBRAHIM

B100130012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 26 maret 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. M. Nasir, MM

(Ketua Dewan Penguji)

2. Drs. Agus Muqorobin, MM

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Kussudyarsana, S.E., M.Si.

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak sepenuhnya terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak sepenuhnya terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya sesuai kemampuan.

Surakarta, 27 Maret 2017

Penulis



NANANG KHAIRUL IBRAHIM

**ANALISIS PENGARUH TARIF, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PO.ROSALIA INDAH DI SURAKARTA**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tarif, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada PO.Rosalia indah Di Surakarta. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposiv Sampling*. Jenis data dan sumber data dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang didapat dari responden yang merupakan hasil dari pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dengan semua variabel dinyatakan valid dengan nilai *corrected item-total correlation* masing-masing variabel diatas 0,256, uji realibilitas dengan hasil pengujian penelitian ini masing-masing variabel dinyatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha* diatas 0,600. Dengan kriteria bahwa variabel tarif bernilai negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, uji hipotesis melalui uji t pada variabel tarif tidak signifikan, sedangkan pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen signifikan. Dari hasil perhitungan Uji F $F_{hitung} > F_{tabel}$ (19,236 > 2.76) artinya secara bersama-sama variabel tarif, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. menunjukkan bahwa hasil analisis data yang diperoleh R square (R^2) sebesar 0,375, berarti variasi perubahan sebesar 0,375 variabel Loyalitas Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Tarif, Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 37,5%. Sedangkan sisanya sebesar 62,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

Kata Kunci : tarif, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, quality of service and customer satisfaction on consumer loyalty on a beautiful PO.Rosalia In Surakarta. In this study, the sampling technique used is *purposiv Sampling*. Data types and sources of data in this study using primary data obtained from the respondents that are

the result of filling out the questionnaire. Data analysis techniques used are validity with all the variables declared valid by the value corrected item-total correlation of each variable above 0.256, reliability test with the test results of this study each variable is declared reliable by Cronbach Alpha above 0.600. With the criteria that the variable rate is negative and no significant effect on consumer loyalty, while the quality of service and customer satisfaction is positive and significant effect on consumer loyalty, hypothesis testing by t-test at variable rates is not significant, while in the variable quality of service and customer satisfaction significantly , From the calculation of F Test $F > F_{table}$ ($19.236 > 2.76$) means that together variable rates, service quality and customer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty. shows that the results of the analysis of data obtained R square (R^2) of 0.375, meaning variation change of 0.375 Consumer Loyalty variables can be explained by the variable price, quality of service, customer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty of 37.5%. While the rest of 62.5% is explained by other variables outside the model.

KeyWord : price,service quality,customer satisfaction, and customer loyalty

1. PENDAHULUAN

Perkembangannya dunia usaha pada saat ini begitu pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien. Didalam bidang transportasi khususnya transportasi mengalami suatu peningkatan yang sangat pesat, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Pada segi kualitas dapat dilihat semakin membaiknya pelayanan, kesesuaian tarif dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Dari segi kuantitas misalnya semakin bertambahnya armada kendaraan yang tersedia bagi konsumen sehingga akan sebanding dengan banyaknya konsumen yang akan menggunakan jasa transportasi tersebut. Itu berarti produsen jasa transportasi peka terhadap realita yang ada mengenai kebutuhan akan transportasi yang diinginkan oleh konsumen. Bertambahnya jumlah penduduk sangatlah berpengaruh pada bidang transportasi, hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya penggunaan jasa transportasi sebagai sarana penghubung baik itu transportasi umum maupun pribadi. Dengan dasar tersebut maka banyak

produsen jasa transportasi khususnya bus melakukan pengembangan usahanya. untuk bisa menawarkan hasil produk jasa berupa jasa transportasi dituntut untuk memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam melakukan pembelian produk jasa, sehingga dalam penjualan produk jasa pada perusahaan jasa transportasi dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Sebuah perusahaan didirikan mempunyai keinginan dan harapan di kemudian hari akan mengalami perkembangan yang maju dan pesat. Salah satu tujuan dari keinginan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Namun mengingat banyak faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam persaingan yang bergerak dalam bidang yang sejenis maka akan menimbulkan persaingan yang ketat. Hal ini akan memaksa perusahaan jasa transportasi untuk bekerja lebih efektif dan efisien dalam aktifitasnya agar perusahaan tidak kehilangan pangsa pasar.

Dengan persaingan yang semakin ketat di kalangan bidang usaha ini, semakin menuntut para pengusaha untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan hasil produk jasanya agar memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memberikan tarif, pelayanan dan kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian produk jasanya.

PO. Rosalia Indah merupakan salah satu perusahaan bus yang tetap exist di tengah krisis ekonomi saat ini. Adapun armada yang dimilikinya cukup banyak, sedangkan ijin trayek yang dimilikinya cukup luas, salah satu strategi yang digunakan PO. Rosalia Indah adalah dengan selalu mengutamakan kepuasan maksimal bagi pengguna jasa bus tersebut. Kunci sukses agar konsumen itu puas adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, tarif yang sesuai, fasilitas dan keamanan yang memadai sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi. Dari sinilah produsen akan mengetahui sejauh mana konsumen membutuhkan pelayanan yang lengkap untuk mengkonsumsi keinginannya.

Hubungan antara tarif, kualitas pelayanan dan kenyamanan pemakai jasa bus ini kembali adalah mutlak karena konsumen menganggap bahwa bus tersebut dapat memberikan tingkat kepuasan bagi

konsumen suatu pihak lain dan pada dasarnya tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan suatu produksinya mungkin dan tidak mungkin juga terkait tidak terkait dengan produk fisik. Karena pelayanan yang baik akan membuat para pengguna jasa transportasi tersebut akan merasa terpenuhi dan percaya terhadap tarif, dan fasilitas yang disepakati dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa tersebut.

Di sisi lain pengenaan tarif atau harga yang ditawarkan jangan terlalu mahal atau tinggi bahkan disesuaikan dengan kondisi perekonomian konsumen tersebut. Dengan kondisi seperti ini akan menarik minat calon konsumen untuk menggunakan jasa transportasi tersebut. Dengan hal ini akan terjadi kesepakatan antara jasa transportasi dengan pengguna jasa transportasi.

Kotler dan Armstrong (2001: 439) tarif adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Tarif merupakan penetapan harga oleh pihak perusahaan dalam mengadakan penjualan jasa dengan melihat aspek – aspek yang dimiliki oleh konsumen meliputi kesesuaian tarif dengan pelayanan pemberian fasilitas keamanan yang sesuai dengan faktor keadaan perekonomian, penawaran, permintaan, para pesaing, biaya, elastisitas permintaan, tujuan perusahaan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan merasa terpuaskan kebutuhannya.

Kotler (2005: 57) kualitas pelayanan adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelayanan merupakan suatu hal penting pada saat sekarang dan masa mendatang. Hal ini karena perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, tetapi juga membutuhkan pelayanan yang baik. Dengan pelayanan yang baik konsumen akan merasa dihargai dan merasa puas, dengan kepuasan tersebut akan membuat konsumen memakai jasa transportasi tersebut.

Tjiptono (2012:301) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Tingkat kepuasan antara konsumen yang satu dengan yang lain memang cenderung berbeda. Hal ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan tersebut dan menjadikan seorang konsumen menjadi loyal terhadap penawaran jasa yang di berikan.

Tjiptono (2001:387) loyalitas konsumen adalah merupakan situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. loyalitas dinyatakan sebagai suatu perilaku yang diharapkan atas suatu produk atau layanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut, atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merk lain atau penyedia jasa lain.

Tetapi pada situasi saat ini sering dijumpai adanya sesuatu yang dapat menyebabkan konsumen mengeluh mengenai pelayanan yang tidak memuaskan seperti tidak tepat waktu pemberangkatan maupun saat tiba di tujuan, keluhan-keluhan dengan fasilitas yang diberikan, gangguan-gangguan selama perjalanan yang mengurangi kenyamanan konsumen yang disebabkan oleh banyaknya pengamen, pedagang asongan yang sering kali memaksa konsumen untuk mengeluarkan uangnya sehingga membuat konsumen merasa terganggu.

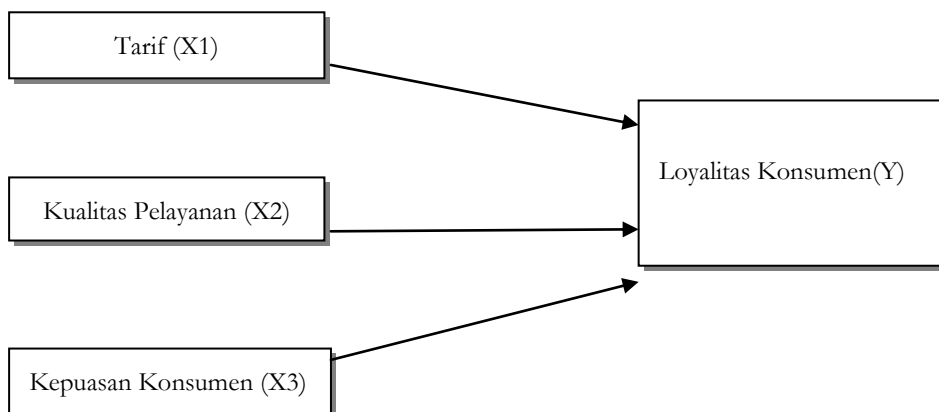
Disinilah perlunya manajemen PO.Rosalia indah meningkatkan pelayanannya untuk menyeimbangkan dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa aman dan puas. Dimana hal itu mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa transportasi bus Rosalia Indah.

Penelitian ini memilih di PO.Rosalia Indah, karena perusahaan ini merupakan perusahaan yang telah berkembang pesat dan kuat ditengah maraknya industri transportasi saat ini.dalam meningkatkan pelanggan dan menghadapi persaingan yang semakin pesat, perusahaan membentuk sebuah komunitas yang diberi nama Rosalia Indah Mania (RIM). melalui komunitas ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan PO. Rosalia Indah.

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat diketahui bahwa tarif,kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas yang di terima pihak konsumen dari PO.Rosalia indah di Surakarta. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul :“ANALISIS PENGARUH TARIF,KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PO.ROSALIA INDAH DI SURAKARTA”

2. METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka pemikiran adalah serangkaian konsep hubungan antara variabel independen dan dependen yang dirumuskan oleh peneliti. Maka untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi dan memberikan gambaran yang lebih luas lagi, perlu dikemukakan suatu gambaran yang berupa kerangka pemikiran sebagai berikut



Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti (Sugiyono, 2013:215). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Po.Rosalia Indah Di Surakarta. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:215). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang Konsumen Po.Rosalia Indah Di Surakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling. Perolehan data dalam penelitian ini adalah data primer, yang dimana data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyiapkan sejumlah daftar pertanyaan untuk disampaikan kepada responden agar dijawab. Hasilnya dapat diperoleh data tentang gambaran umum responden, kemudian diolah dan diuji sehingga menghasilkan pembuktian hipotesis. Uji instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu instrument dalam kuesioner. Dikatakan data itu valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji validitas adalah teknik korelasi *product moment*. Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menguji reliabel tidaknya suatu instrument dalam kuesioner. Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Imam Ghazali, 2005:42). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Uji regresi linear berganda bertujuan untuk menguji hipotesis yang menyatakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan menggunakan rumus sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah setiap masing-masing variabel

berdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian yang dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Data residual dapat dikatakan berdistribusi normal apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ (Imam Ghozali, 2011:160). Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen atau tidak. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance < 1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dalam regresi (Imam Ghozali, 2011:105).

3. HASIL PENELITIAN

3.1 Analisis Pengaruh Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tidak ada pengaruh positif antara variabel Tarif (X1) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta. Nilai koefisien regresi Negatif disini dapat diartikan bahwa semakin besar kecilnya tarif tidak akan mempengaruhi loyalitas konsumen. dalam hal ini dikarenakan Po.Rosalia indah sering kali memberikan promo dan tarif khusus sehingga tarif tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Hasil ini menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 dengan nilai β sebesar -0,037, sehingga hipotesis ditolak.

Mengacu dari penelitian yang dilakukan oleh Amir Mahmud, Kamaruzaman Jus off and St. Hadijah (2013). Tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Layanan Orientasi dan Harga pada Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Laut pelanggan . Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tarif memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini menolak temuan penelitian terdahulu.

3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh positif antara variabel Kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel Loyalitas

konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta. Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan masih layaknya armada yang digunakan, selalu tepat waktu, kenyamanan tempat duduk, fasilitas yang dimiliki sudah cukup baik.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dengan nilai β sebesar 0.377.

mengacu dari penelitian yang dilakukan oleh Woro Mardikawati dan Naili Farida (2013) . tentang Pengaruh Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam memakai jasa percetakan cv.Rahmat nur di Samarinda. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan,.

Hasil penelitian ini mempertegas temuan penelitian terdahulu.

3.3 Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh positif antara variabel Kepuasan Konsumen (X3) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta. Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa semakin Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen, fasilitas yang diberikan sudah sesuai selera konsumen, armada yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen dan konsumen merasa puas dan ingin menggunakannya kembali.

hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dengan nilai β sebesar 0.376, sehingga hipotesis diterima.

mengacu dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Basir, Basri Modding, Jeni Kamase, Sabri Hasan (2015). Pengaruh Kualitas Layanan,

Layanan Orientasi dan Harga pada Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Laut. hasil penelitian ini kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini mempertegas temuan penelitian terdahulu.

4. PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 4.1.1** Tidak Ada pengaruh positif antara variabel tarif (X1) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta, dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Hal ini dikarenakan besar kecilnya tarif tidak akan mempengaruhi loyalitas konsumen.
- 4.1.2** Ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta, dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua dapat diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang sesuai dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- 4.1.3** Ada pengaruh positif antara variabel kepuasan konsumen (X3) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) pada Po.Rosalia Indah Di Surakarta, dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Hal ini berarti terpenuhinya pelayanan yang sesuai akan dapat meningkatkan Loyalitas konsumen.

4.2 Saran

Diharapkan pihak perusahaan lebih memperhatikan dalam penentuan tarif agar tarif yang di berikan sesuai dengan kualitas yang di bebaskan terhadap tarif yang di berikan. Meningkatkan kualitas pelayanan juga sangat penting untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen dalam memakai jasa po.rosalia indah agar tercapainya sasaran pasar dan terjadinya loyalitas yang tinggi karena tarif dan kualitas pelayanannya sesuai yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi)*. Jakarta : Rineka Cipta
- Basir, Muhammad, et al. 2015. "Effect of Service Quality, Orientation Services and Pricing on Loyalty and Customer Satisfaction in Marine Transportation Services *International Journal of Humanities and Social Science Invention ISSN (Online): 2319 – 7722, ISSN (Print): 2319 – 7714 www.ijhssi.org Volume 4 Issue 6*".
- Basu Swastha, dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta*
- Berry, Zeithaml, dan Parasuraman (2005: 185). " *Service, Quality & statisfacion*.Yogyakarta: penerbit Andi".
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP-Universitas Diponegoro.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedelapan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip , 2003, "*Marketing Management*, Prentice Hall, New Jersey".
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran, Jakarta: PT. Indeks, Jakarta*
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. (2006). “*Manajemen Pemasaran Jasa teori dan praktek*”. Edisi pertama, slemba empat, Jakarta.
- Mahmud, Amir, Kamaruzaman ans dan St Hadijah. The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry World Applied Sciences Journal 23 (3): 354-359, 2013 ISSN 1818-4952.
- Mardikawati, Woro dan Naili Farida. 2013. “Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada bus efisiensi(Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). Jurusan administrasi bisnid FISIP Uinversitas Diponegoro”.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan Ke-20. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Cetakan Kelima. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi pemasaran, edisi kedua*, Andi,. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang, bayumedia publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2006 *Manajemen Jasa*, edisi pertama Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.